

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA
CATARINA



Centro de Ciências da Educação



**CURSO DE GRADUAÇÃO EM
BIBLIOTECONOMIA**

BARBARA FONTES DA CUNHA

FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM: influência do conhecimento sobre
indexação em usuários do *Instagram*

Florianópolis

2015

Ficha Catalográfica elaborada por Barbara Fontes da Cunha

C972f Cunha, Barbara Fontes da

Folksonomia e Etiquetagem: influência do conhecimento sobre indexação em usuários do Instagram / Barbara Fontes da Cunha. - - 2015
51 f. : il.

Orientador: Prof. Dra. Marisa Bräscher Basilio
Medeiros

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia)

– Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências da Educação, Florianópolis, 2015.

Esta obra é licenciada por uma licença Creative Commons de atribuição, de uso não comercial e de compartilhamento pela mesma licença 2.5



Você pode:

- copiar, distribuir, exhibir e executar a obra;
- criar obras derivadas.

Sob as seguintes condições:

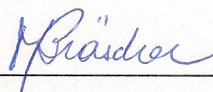
- Atribuição. Você deve dar crédito ao autor original.
- Uso não-comercial. Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.
- Compartilhamento pela mesma licença. Se você alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta, somente poderá distribuir a obra resultante com uma licença idêntica a esta.

Acadêmico: Barbara Fontes da Cunha

Título: **FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM**: influência do conhecimento sobre indexação em usuários do Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Biblioteconomia, do Centro de Ciências da Educação da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia, aprovado com nota 10.

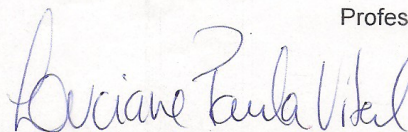
Florianópolis, 02 de julho de 2015.



Marisa Bräscher Basilio Medeiros, Dra.

Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

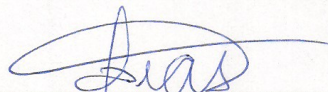
Professor Orientador



Luciane Paula Vital, Me.

Universidade Federal de Santa Catarina

Membro da Banca Examinadora



Marli Dias de Souza Pinto, Dra.

Universidade Federal de Santa Catarina

Membro da Banca Examinadora

*Dedico este trabalho a todos
que estiveram presentes me
dando apoio durante toda
minha formação acadêmica.*

Agradecimentos

Agradeço a todos que estiveram presentes durante a minha formação acadêmica, em especial:

A meu pai por, mesmo sem querer, ter me direcionado pelo caminho que vou seguir pelo resto da vida;

A minha mãe por abdicar de tantas coisas para que eu e meus irmãos pudéssemos ter a melhor educação;

Aos meus irmãos que suportaram todas as minhas variações de humor;

Aos meus avós que mesmo de longe, sempre estiveram ao meu lado, me dando todo o suporte necessário;

A Bruna por entrar na minha vida, por me amar, me fazer feliz mesmo quando eu pensava que nada daria certo e ser minha paz no meio de um turbilhão de emoções;

A minha orientadora, por todo o apoio e suporte não apenas durante o período de orientação, mas, também, no período de monitoria.

Aos amigos que conquistei durante a graduação e que permitiram que essa fase fosse muito mais divertida.

CUNHA, Barbara Fontes da. **FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM: influência do conhecimento sobre indexação em usuários do Instagram**. 2015. 51f. TCC (Graduação) – Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, 2015.

RESUMO

Com o surgimento da WEB 2.0, as mídias sociais e a maior interatividade entre usuários e ambiente on-line, a organização da informação passou a ser realizada, também, pelos próprios usuários, os quais, na maioria dos casos, utilizam a linguagem natural para a realização dessa organização, a isso, dá-se o nome de folksonomia. Este trabalho teve como objetivo estudar os usuários da mídia social popular *Instagram* a fim de entender quais são as motivações que levam estes usuários a atribuírem determinados termos a imagens que os mesmos indexam em seus respectivos perfis nesta mídia social. Além disso, este trabalho visa comparar as estratégias de etiquetagem de usuários do *Instagram*, que possuem conhecimento básico sobre indexação e aqueles que não possuem, classificando a etiquetagem destes usuários a partir das tipologias específicas de etiquetagem propostas por Cañada (2008). Trata-se de uma pesquisa exploratória, que utiliza o Protocolo Verbal para coleta de dados sobre o processo de etiquetagem realizado pelos dois grupos de usuários. Conclui-se que os dois grupos apresentaram algumas similaridades durante o processo de atribuição de termos, como o fato de que a maioria dos participantes de ambos os grupos se preocupa em atribuir termos que possuem significado específico apenas para eles próprios e não para outras pessoas. Além disso, os participantes também levaram em conta as emoções que cada imagem transmitia a eles. Observa-se, ainda, que o usuário com conhecimento sobre indexação não necessariamente utiliza esse conhecimento em uma mídia social popular como o *Instagram*. Os dois grupos de usuários analisados tem por principal motivação transmitir a emoção que sentiu ao tirar a foto que será compartilhada na mídia social *Instagram*, sem se preocupar com uma possível recuperação dessa imagem.

Palavras-chave: Mídias Sociais. Folksonomia. *Instagram*. Etiquetagem.

CUNHA, Barbara Fontes da. **FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM: influência do conhecimento sobre indexação em usuários do Instagram**. 2015. 51f. TCC (Graduação) – Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, 2015.

ABSTRACT

With the emergence of Web 2.0, social media and the interactivity between users and the online environment, the organization of information it became to be also made by the users, which, in most cases, use natural language to the realization of this organization. This research had as aim study the user in this popular social media Instagram to understand which are the motivation that lead the users to attribute certain terms to images that themselves index in their respective profiles on this social media. beyond that, this search aims to compare the tagging strategies of the Instagram users, that have basic knowledge of index e those who don't have, classifying the labeling of these users from specific types of typologies proposed by Cañada (2008). It's an exploratory research, that use a verbal protocol to collect data about the labeling process made by the two groups of users. We conclude that the two groups had some similarities in the process to assign terms, like the fact that the majority of the participants of the both groups care in assign specific terms that have meaning only for themselves and not for others. In addition, the participants also took into account the emotions that each image transmitted to them. It is observed also that the user with indexing knowledge do not necessarily use that knowledge in a popular social media like Instagram. The both groups of users analyzed have as main motivation transmit the emotion they felt when they took a photo that will be shared on social media Instagram, without worrying about a possible recovery of the image.

Keywords: Social Media. Folksonomy. *Instagram*. Tagging.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Praia.....	32
Figura 2 - Sanduíche	34
Figura 3 – Paisagem vista através da janela de um avião	35

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 1	32
Quadro 2 – Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 2	34
Quadro 3 - Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 3	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Termos atribuídos por participantes CC por categoria	37
Tabela 2 - Termos atribuídos por participantes SC por categoria	38
Tabela 3 - Número de termos atribuídos por participantes CC e SC por categoria ...	39

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	PROBLEMÁTICA	12
1.2	JUSTIFICATIVA.....	12
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	OBJETIVO GERAL	13
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
2	REVISÃO DA LITERATURA	14
2.1	RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO.....	14
2.2	INDEXAÇÃO	17
2.2.1	DISCIPLINA DE INDEXAÇÃO	18
2.3	ORGANIZAÇÃO E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA WEB	20
2.3.1	FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM	21
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
3.1	DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS	29
4	ANÁLISE DOS DADOS	32
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
	REFERÊNCIAS.....	43
	ANEXOS.....	46

1 INTRODUÇÃO

Na organização social chamada sociedade da informação, a Internet se torna o canal mais rápido para o acesso, armazenamento, organização e disseminação da informação. Com a evolução da WEB, passou a existir a interatividade entre usuário e o espaço on-line. Para Caldas e Moreira (2009, p. 2), “Com o desenvolvimento dos sistemas e da liberdade de criação inicia-se a formação de uma inteligência coletiva, derivada da colaboração dos próprios usuários dos sistemas dos quais desfrutam.”.

Na WEB 2.0 o usuário tem a liberdade tanto para editar textos já disponíveis, quanto criar seus próprios espaços de hipertexto, ou seja, os usuários passam a poder organizar seus documentos de modo que sejam recuperados por eles e/ou por outros. Essa organização informacional realizada pelos usuários, diferente da organização feita por profissionais da área, utiliza da linguagem natural para sua recuperação, desse modo, o usuário passa a ter uma interatividade maior com esse ambiente. A essa classificação social, dá-se o nome de folksonomia ou etiquetagem. Esse termo foi criado por Thomas Vander Wal (2004) e consiste na junção das palavras folk (povo, em inglês) e taxonomia. Segundo Rodrigues e Moreira (2012, p. 89), “Apesar das diferenças nos processos que compõem a Folksonomia, ela cumpre os objetivos de um processo de indexação na representação de um documento, agora na visão do usuário.”.

Diante dessa realidade, podemos questionar se a indexação feita por usuários que não possuem capacitação na área de organização da informação pode cumprir sua função de recuperar informações a partir de demandas dos usuários. Sendo assim, esta monografia tem por objetivo comparar as estratégias de etiquetagem de usuários que possuem conhecimento de indexação com as utilizadas por usuários que não possuem conhecimento de indexação, no sentido de verificar se ocorrem diferenças entre as indexações desses usuários. Questiona-se, ainda, se o fato de possuir conhecimento em indexação produz ou não uma etiquetagem mais direcionada à recuperação da informação.

1.1 PROBLEMÁTICA

Com o surgimento das mídias sociais, nota-se o aumento do uso da classificação social ou indexação colaborativa. Essa classificação depende do próprio usuário que, utilizando a linguagem livre, organiza e recupera a informação no ambiente on-line.

Levando em conta o aumento significativo do volume de informação disponibilizada na WEB pelos próprios usuários, pergunta-se: existem diferenças ou similaridades da etiquetagem com diferentes níveis de conhecimento sobre indexação? Qual o processo mental de etiquetagem destes usuários? Qual o processo utilizado pelos usuários do *Instagram* quando indexam uma imagem?

1.2 JUSTIFICATIVA

Sabe-se que no ambiente da WEB 2.0, o usuário passa a ter uma participação cada vez maior na disseminação e organização da informação. Dessa forma, considera-se importante um estudo que abranja o comportamento do usuário no ambiente on-line. Para tanto, foi escolhida a rede social de compartilhamento de fotos *Instagram* como cenário desta pesquisa, onde serão analisadas e classificadas as tipologias de etiquetagem utilizadas por estes usuários para a recuperação de imagens nesta rede social.

Justifica a escolha do tema de pesquisa o fato de que existe a necessidade de um olhar mais atento à maneira com que o usuário organiza e recupera documentos indexados por ele, ou por outros usuários, nas mídias sociais. Sobre o ambiente escolhido para a realização desta pesquisa, ainda não existem muitos estudos que utilizam o *Instagram* como objeto de estudo, talvez por se tratar de uma rede social relativamente nova e utilizada, geralmente, por usuários que organizam e disseminam fotos pessoais. Dessa forma, torna-se importante conhecer e explorar esse espaço e o comportamento de seus usuários.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GERAL

Comparar as estratégias de etiquetagem de usuários do *Instagram*, que possuem conhecimento básico¹ sobre indexação e aqueles que não possuem.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1 Analisar diferenças ou similaridades da etiquetagem de usuários do *Instagram* com diferentes níveis de conhecimento sobre indexação;
- 2 Classificar a etiquetagem dos usuários do *Instagram* a partir das tipologias específicas de etiquetagem propostas por Cañada (2008);
- 3 Identificar a motivação dos usuários com diferentes níveis de conhecimento sobre indexação na etiquetagem de imagens no *Instagram*.

¹ Para efeito desta pesquisa, consideram-se como usuários com conhecimento básico, aqueles que já cursaram a disciplina de indexação em curso de graduação em Biblioteconomia.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nessa seção abordam-se os temas importantes para o referencial teórico da pesquisa que se organizam em três categorias: Recuperação da Informação, Indexação e Organização da Informação na web, na qual constam os conceitos de Folksonomia e Etiquetagem e, também, os tipos de Folksonomia.

2.1 RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Antes de definir o que é a indexação, assim como alguns sistemas de recuperação da informação, é importante definir o que se entende por recuperação da informação.

De acordo com Saracevic (1996), Calvin Mooers (1951) a recuperação da informação "[...] engloba os aspectos intelectuais da descrição de informações e suas especificidades para a busca, além de quaisquer sistemas, técnicas ou máquinas empregados para o desempenho da operação." (MOOERS, 1951 apud SARACEVIC, 1996, p. 44).

Saracevic (1996, p. 44) afirma que "A recuperação da informação tornou-se uma solução bem sucedida encontrada pela CI e em processo de desenvolvimento até hoje".

Segundo Brascher e Café (2008, p. 8)

A representação do conhecimento é feita por meio de diferentes tipos de sistemas de organização do conhecimento (SOC) que são sistemas conceituais que representam determinado domínio por meio da sistematização dos conceitos e das relações semânticas que se estabelecem entre eles.

Para Cesarino (1985, p. 159), os sistemas de recuperação da informação podem ser entendidos sob dois aspectos, o primeiro deles é sob o aspecto de operações consecutivas, cujo objetivo é a recuperação de uma informação específica entre toda a informação disponível, aquela informação que será necessária ao usuário, ou seja, "aumentar a transmissão de informação relevante e diminuir a transmissão de informação não relevante" (CESARINO, 1985, p.159). O segundo aspecto é entender a recuperação da informação como "parte de um

modelo de comunicação dentro de um contexto sócio-cultural-histórico” (CESARINO, 1985, p.159).

Segundo a autora, estes “dois aspectos não se excluem, pelo contrário, o primeiro deve ser visto, necessariamente, dentro da ótica do segundo” (CESARINO, 1985, p.159).

Brandt (2009, p. 20) afirma que “A recuperação da informação ganhou nova importância no início dos anos 1990, com a introdução da web”. A autora apresenta Baeza-Yates e Ribeiro Neto que afirmam que

Apesar da sua maturidade, até recentemente, a recuperação da informação era vista como uma área restrita de interesse principalmente de bibliotecários e especialistas em informação. Essa visão tendenciosa prevaleceu por muitos anos, apesar da rápida disseminação, entre usuários de modernos computadores pessoais, de ferramenta de recuperação da informação para aplicações multimídia e de hipertexto. No início dos anos 1990, um único fato mudou toda essa perspectiva – a introdução da World Wide Web. (BAEZA-YATES e RIBEIRO NETO, 1990 apud BRANDT, 2009, p. 20)

A autora acima citada, acredita que para a recuperação da informação no ambiente web, “[...] torna-se necessária uma ênfase maior nos processos de organização da informação, principalmente na descrição de conteúdo, já que o acesso físico ao documento se torna facilitado devido à imaterialidade do objeto informacional.” (BRANDT, 2009, p. 20)

Para Vieira e Garrido (2011, p. 2)

Ao estudarmos a recuperação da informação com um pouco mais de profundidade, é possível perceber que seus processos envolvem não apenas um bom Sistema de Recuperação de Informação (SRI) como também atores que participam de seu funcionamento, mantendo o sistema ativamente.

Na visão de Cesarino,

é importante para o bibliotecário compreender a linguagem das pessoas com que o sistema interage. Sem isso, é impossível ‘indexar corretamente’ e ‘se comunicar com os usuários’ dois pontos fundamentais para o bom funcionamento de um SRI – Sistema de Recuperação da Informação. (CESARINO, 1985, p. 162)

Vieira e Garrido (2011, p. 2) apresentam o ponto de vista de Lancaster (1986) quanto à avaliação da efetividade de um sistema de recuperação da informação. Lancaster aponta que, para esse tipo de avaliação,

Devemos determinar o quão bem ele encontra as necessidades dos usuários, levando em consideração também critérios de performance como: qualidade (medida pela revocação e precisão), esforço (usabilidade do sistema ou até mesmo seu custo de uso) e tempo de resposta. (LANCASTER, 1986 apud VIEIRA E GARRIDO, 2011, p. 2)

Ainda, Lancaster (1986) aponta que, os usuários de um sistema de recuperação de informação têm um pré-requisito em comum: “[...] esperam que o sistema seja capaz de recuperar documentos relevantes que contribuam a satisfação de suas necessidades informacionais.” (LANCASTER, 1986 apud VIEIRA E GARRIDO, 2011, p. 2).

Os autores Vieira e Garrido (2011, p. 3) afirmam que

De modo geral, a noção de relevância, ou seja, recuperar mais documentos que alcancem a necessidade informacional dos usuários e recuperar menos documentos irrelevantes, é o objetivo central da recuperação da informação. No entanto, tudo está interligado: a recuperação efetiva da informação relevante depende tanto das tarefas dos usuários, quanto da visão lógica dos documentos adotados pelos sistemas de recuperação de informação.

Com relação às funções básicas de um sistema de recuperação da informação, Baeza-Yates e Ribeiro Neto (1999) as define como sendo: representação, armazenamento, organização e acesso à informação e, além disso, os autores ainda compreendem que as pesquisas são voltadas à modelagem, classificação dos documentos e sua categorização, arquitetura de sistemas, interface de usuários, sistemas de visualização de dados e filtragem de informação. (BAEZA-YATES e RIBEIRO NETO, 1990 apud VIEIRA E GARRIDO, 2011, p. 3).

Como se pode observar, uma boa organização da informação permite que o usuário possa recuperar aquilo que seja pertinente a ele de forma mais rápida e precisa, por isso, a Indexação se torna importante nesse processo, desse modo, a Indexação será analisada com destaque maior nos tópicos a seguir.

2.2 INDEXAÇÃO

Todo conteúdo informacional deve receber termos correspondentes para que possa ser recuperado de forma mais rápida e eficiente posteriormente, esse processo denomina-se Indexação. Segundo Brandt (2009, p. 21) “Indexação é o processo de atribuição de termos, que representa assuntos ou temas, a conteúdos informacionais”.

Porém, esses termos não são definidos aleatoriamente, existem alguns passos que devem ser seguidos no momento da atribuição desses termos. Esses passos estão definidos na NBR12676 – Métodos para análise de documentos – determinação de seus assuntos e seleção de termos de indexação, de 1992. A Associação Brasileira de Normas Técnicas, nesta norma, define indexação como “Ato de identificar e descrever o conteúdo de um documento com termos representativos dos seus assuntos e que constituem uma linguagem de indexação” (NBR 12676, 1992). De acordo com Lancaster (2004, p. 6), “a indexação de assuntos e a redação de resumos são atividades intimamente relacionadas, pois ambas implicam a preparação de uma representação do conteúdo temático dos documentos”. Para o autor, “o principal objetivo do resumo é indicar de que trata o documento ou sintetizar seu conteúdo. Um grupo de termos de indexação serve ao mesmo propósito” (LANCASTER, 2004, p. 6).

Para Brandt (2009, p. 21) “O objetivo da indexação é extrair e representar o conteúdo dos documentos (objetos informacionais) para permitir sua recuperação”. Segundo a NBR 12676, após analisar o documento, o indexador deve adotar uma abordagem sistemática para identificar aqueles conceitos que ele julga serem essenciais na descrição do assunto daquele documento. Seguindo esta mesma linha, Fujita (2006, p.4) afirma que

O indexador tem como tarefa a extração de conceitos significativos do conteúdo textual expresso por termos que, uma vez isolados do contexto do texto, devem representá-lo de tal forma que um usuário, em uma situação de busca por aquele determinado assunto, em qualquer tempo, possa recuperar o texto por meio desses mesmos termos, estabelecendo, portanto, uma correspondência biunívoca de relevância entre o significado do conteúdo textual recuperado e o significado atribuído pelo usuário no momento da busca.

Com relação aos termos que são atribuídos pelo profissional indexador, Lancaster (2004, p. 6) afirma que estes “servem como pontos de acesso mediante

os quais um item é localizado e recuperado, durante uma busca por assunto num índice publicado ou numa base de dados eletrônica”

Como pode ser observado, o processo de indexação é de extrema importância para a recuperação de documentos na web de forma mais rápida e precisa. Por esse motivo, esse processo deve ser realizado com cuidado. Primeiramente, é feita a análise do documento para estabelecer seu assunto, depois os conceitos presentes no assunto devem ser identificados e, por fim, esses conceitos são traduzidos para uma linguagem de indexação (NBR 12676, 1992).

2.2.1 DISCIPLINA DE INDEXAÇÃO

Como podemos observar no tópico anterior, uma boa indexação é essencial para que os documentos sejam recuperados facilmente.

Fujita afirma que, quando consideramos a indexação e a elaboração de resumos, processos que dependem de uma boa leitura do profissional indexador e resumidor, “é preciso pensar antes no ensino da leitura documentária como processo cognitivo em abordagem sociocognitiva” (FUJITA, 2010, p. 93).

Sobre a abordagem sociocognitiva, pode-se afirmar que ela possui como foco o “[...] contexto em que o sujeito realiza uma determinada atividade em perspectiva histórica e cultural, bem como sua cognição em relação ao seu contexto de produção” (FUJITA, 2010, p. 94).

Com relação ao ensino de indexação em sala de aula, Fujita justifica que

O ensino de indexação, em sala de aula, não tem condições de reproduzir o contexto de um sistema de recuperação da informação para que os alunos o vivenciem e possam transportar, para a prática de indexação de documentos, o conhecimento sobre as necessidades de busca e recuperação, sobretudo com relação ao uso de linguagens documentárias especializadas compatíveis com a linguagem de conteúdos documentários e das estratégias de busca. (FUJITA, 2010, p. 92).

Por esse motivo, a autora acima citada acredita que é importante considerar que o ensino de indexação

[...] precisa ser investigado por método científico de caráter aplicado, pois propiciará a formação de indexadores com o objetivo de aperfeiçoar a circulação dos conhecimentos em nossas sociedades e cujo apoio teórico

se encontra distribuído nas ciências que vão desde a Lingüística, Psicologia Cognitiva e Ciência Cognitiva. (FUJITA, 2010, p. 95)

Para tanto, a autora afirma ainda que para que seja feita a elaboração de estratégias de ensino que proponham a incorporação do contexto profissional em abordagem sociocognitiva, “[...] é preciso pensar sob duas perspectivas: como tornar possível o contato de indexadores principiantes com um contexto profissional real e, também, como desenvolver a interação cognitiva.” (FUJITA, 2010, p. 96).

Sobre o contexto do profissional real, Fujita recomenda que o professor adote “[...] as propostas do portfólio de Fourie (2003) e o princípio da contextualização social da ciência da informação de Hjørland e Albrechtsen (1995)” (FUJITA, 2007 apud FUJITA, 2010, p. 96) que consistem, entre outras, nas seguintes condições:

- Explicitar o processo de indexação em perspectiva teórica e metodológica do tratamento temático de conteúdo e explorar o contexto e função da indexação em sistemas de informação;
- A aplicação do Modelo de Leitura Documentária deve ser antecedida por experiências extra-aulas de convívio com sistemas de recuperação da informação para contato com demandas reais de usuários; dar conhecimento do contexto de busca de um sistema de informação com demandas reais de informação pela comunidade de usuários; é importante considerar que o contexto dos sistemas de recuperação da informação baseados na demanda da comunidade de usuários é uma situação inerente à atuação profissional do indexador.
- O contexto e a função da indexação terá abordagem sociocognitiva, na proposta do Portfólio de Fourie (2003), propiciando ao aluno contato com o contexto real de unidades de informação mediante elaboração do trabalho de política de indexação em biblioteca ou outro sistema de tratamento e recuperação da informação para distintas áreas de assunto, bem como contato com a política de indexação vigente em manuais de indexação de sistemas de informação que produzem base de dados para realizar exercícios de indexação de artigos de periódicos em diferentes áreas de assunto [...] (FUJITA, 2007 apud FUJITA, 2010, p. 96)

Ainda, dando continuidade o assunto, Fujita aponta que diante essas condições, “[...] é oportuno oferecer ao ensino do indexador aprendiz o acréscimo de estratégias de ensino de abordagem sociocognitiva.” (FUJITA, 2010, p. 97). Em contrapartida,

É necessário que o ensino de indexação seja incrementado com a possibilidade de auto-observação do processo de aprendizagem pelo indexador aprendiz e participação do professor como parâmetro de experiência em indexação por meio de Protocolo Verbal. (FUJITA, 2010, p. 97).

Como dito anteriormente, uma boa indexação é importante durante o processo de organização e recuperação da informação, e, se torna ainda mais importante na organização e recuperação da informação no ambiente WEB, visto a grande quantidade de informação que é disseminada nesse ambiente a todo momento.

2.3 ORGANIZAÇÃO E RECUPERAÇÃO DA INFORMAÇÃO NA WEB

Com o advento da Internet, um volume muito grande de informação passou a ser disseminado, por esse motivo, vê-se a necessidade de se ter métodos de organização de documentos que facilitem a recuperação da informação de forma mais rápida e precisa. Na visão da autora Bransk (2004, p. 71)

Estimativas recentes afirmam existir cerca de 2,5 bilhões de documentos, com uma taxa de crescimento de 7,5 milhões ao dia. Mas, diferentemente das bibliotecas, os documentos da Internet não estão classificados segundo um padrão determinado. Portanto, o usuário precisa localizar informações de um grande volume de páginas disponíveis, sem qualquer organização.

Ainda, dando prosseguimento, a autora acima citada afirma que

Encontrar a informação depende, principalmente, do uso eficiente das ferramentas de busca. Para explorar todo o potencial dos buscadores, o usuário precisa conhecer: como é coletada e estruturada a informação em diferentes bancos de dados; suas características e limitações; todas as possíveis formas de interação e suas linguagens de busca. (BRANSKI, 2004, p. 71)

Com relação aos sistemas de busca, Figueiredo (2006, p. 10) afirma que estes surgem no intuito “[...] de facilitar o acesso a esse grande volume de informação disponibilizada por meio da web, oferecendo ao usuário a possibilidade de recuperar informações que satisfaçam sua necessidade”.

O funcionamento destes sistemas é simples e funciona da seguinte forma: após a indexação das páginas da web, o sistema compara a informação solicitada pelo usuário com a que está presente em seu banco de dados e depois repassa para o usuário uma lista de documentos com informações similares a essa informação que o usuário requereu no começo do processo (FIGUEIREDO, 2006, p. 10). Para a autora, “[...] a eficiência de um processo de recuperação de informação

está diretamente ligada à estratégia de busca elaborada pelo usuário”. (FIGUEIREDO, 2006, p. 10)

Nos tópicos a seguir, serão analisados de forma mais aprofundada os métodos sociais de organização e recuperação de informação na web: folksonomia e etiquetagem. Além de apresentar, também, os diferentes tipos de folksonomia definidos por Wal (2005).

2.3.1 FOLKSONOMIA E ETIQUETAGEM

Desde o surgimento da WEB, houve a preocupação em organizar a informação de modo a facilitar sua recuperação. Segundo Santos (2013, p. 95).

As bases de dados especializadas e seus precedentes, os índices e os resumos, desempenham, historicamente, um papel de extrema importância no processo de divulgação, organização e recuperação da informação.

Com o surgimento da WEB 2.0 e das mídias sociais o usuário passa a ter uma função mais efetiva na organização e disseminação da informação na WEB. Segundo Caldas e Moreira “Com o desenvolvimento dos sistemas e da liberdade de criação inicia-se a formação de uma inteligência coletiva, derivada da colaboração dos próprios usuários dos sistemas dos quais desfrutam.” (CALDAS e MOREIRA, 2009, p. 2).

Diante estas características, Vander Wal (2004) cria o termo folksonomia, derivado da taxonomia. Santos (2013, p. 93) afirma que

No contexto da Web 2.0, surgiram novas maneiras de se representar, organizar e recuperar informações, com base no hipertexto, flexibilizando antigas formas de taxonomia, por meio de ideais de cooperação derivadas da noção de Web 2.0, como a folksonomia.

O autor afirma, ainda, que a taxonomia “[...] pode limitar o usuário em sua pesquisa, na medida em que o resultado de suas buscas seja definido em função de uma determinada listagem de termos relacionados com um determinado assunto.” esse fato ocorre devido a este procedimento ser realizado por pessoas especializadas em organização da informação, e não por profissionais de cada área (SANTOS, 2013, p. 95).

Enquanto o procedimento da taxonomia é realizado por pessoal especializado, a folksonomia, como o nome sugere, permite que o usuário atribua termos para indexar os documentos que ele disponibiliza na WEB. Caldas e Moreira (2009, p. 4) definem a folksonomia como “[...] uma indexação a partir de linguagem natural, embasada na realidade do proprietário do documento ou da comunidade que ele imagina que irá recuperá-lo.”. Para os autores, “A folksonomia surgiu da necessidade do usuário disseminar e recuperar com maior facilidade seus próprios documentos.” (CALDAS e MOREIRA, 2009, p. 3)

Rodrigues e Moreira apresentam o termo Folksonomia criado por Thomas Vander Wal. Para os autores, folksonomia

[...] é um neologismo criado por Thomas Vander Wal (2004) e consiste na junção das palavras taxonomia e folk (povo, em inglês). Trata-se de uma estrutura de indexação através da atribuição de palavras-chaves que representem o conteúdo, sendo que é arbitrado ao próprio usuário, que insere esse conteúdo, a escolha dessas palavras. (RODRIGUES e MOREIRA, 2009, p. 90)

Observa-se que há ampla utilização do termo folksonomia na ciência da informação, visto que ainda existem algumas divergências com relação ao seu conceito. Catarino e Baptista (2007) dividem os autores que abordam o tema folksonomia em dois grupos: o primeiro consiste naqueles que a entendem como um resultado de um processo, enquanto o segundo acredita que consiste em um sistema, uma metodologia, ou até mesmo o próprio processo. (CATARINO e BAPTISTA, 2007, p. 4).

Catarino e Baptista (2007) apresentam algumas definições de folksonomia provenientes de representantes dessas duas categorias. Partindo da categoria dos que a entendem como um produto, as autoras começam pela definição de Wal (2006), criador do termo, que o define como um produto que existe em função da ação de etiquetar (WAL, 2006). Ainda nesta categoria, Catarino e Baptista (2007) apresentam o conceito elaborado por Lund (2005) que se refere a folksonomia como

Um vocabulário, ou lista de termos, que surge da sobreposição de etiquetas definidas por vários usuários ao marcar seus links favoritos, ou marcadores para posterior recuperação. Para este autor, portanto, o produto seria uma lista de termos, ou vocabulário. (LUND, 2005 apud CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 4)

Ao fazermos uma síntese das definições atribuídas por membros desta categoria, pode-se estabelecer o conceito como

[...] “resultado da etiquetagem dos recursos...”, “um vocabulário”, “lista de termos”, “conjunto de termos”, “resultado de um sistema de classificação socialmente construída”, “coleção de conceitos”, “conjunto informal e orgânico de terminologia relacionada”, e “conjunto de etiquetas”. (CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 4)

Com relação à categoria dos autores que se referem à folksonomia como sendo um sistema, ou uma metodologia, ou um processo, Catarino e Baptista (2007) afirmam que, segundo Russel (2005), “A folksonomia tem propiciado a habilidade de criar desordenadamente, em texto livre, metadados atribuídos pelos usuários para recursos existentes (livros, imagens, URLs, etc).” (RUSSEL, 2005 apud CATARINO e BAPTISTA, 2007, p. 5). Como complemento deste pensamento, Russel (2005) ainda afirma que “A etiquetagem dos recursos é feita por um usuário que determina o assunto de um objeto para que ele possa ser posteriormente localizado, ordenado e usado por ele e por outros usuários da Web.” (RUSSEL, 2005 apud CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 5).

Para Ohmukai, Hamasaki e Takeda (2006), Folksonomia é

[...] um sistema que administra etiquetas atribuídas pelos usuários aos recursos por eles indexados, compartilhando-as com outros usuários e também disponibilizando informações de outros recursos disponíveis na Web que foram indexados da mesma forma. Isso permite que os usuários possam obter mais informações sobre conteúdos existentes na Web relativamente ao seu tema de interesse. (OHMUKAI, HAMASAKI e TAKEDA, 2006 apud CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 5).

Outra definição, que encaixa bem nos objetivos deste trabalho, foi atribuída por Valongueiro (2006), que afirma que a folksonomia

[...] pode ser vista como um novo paradigma de classificação, pois respeita as diferenças culturais e características pessoais de quem utilizou e classificou determinada informação. Ela possibilita que os próprios usuários da informação atribuam os termos para a indexação colaborativa dos conteúdos como eles os vêem. (VALONGUEIRO, 2006 apud CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 5).

Na visão de Catarino e Baptista (2007, p. 5) o conceito de Folksonomia se refere

Não apenas como uma lista de termos, conceitos, etiquetas, etc, mas sim, como algo mais amplo como uma nova abordagem, ou uma metodologia, ou ainda um sistema de classificação ou de gestão de etiquetas, ou até mesmo um novo paradigma de classificação. (CATARINO E BAPTISTA, 2007, p. 5)

Com as definições apresentadas, podemos observar que existem diferenças significativas entre os processos de indexação convencional (taxonomia) e de indexação interativa (folksonomia), como explicam os autores

Nos processos de indexação convencional, o usuário não é um participante ativo, mas o pressuposto da garantia de usuário faz com que ele não seja esquecido. Na Folksonomia, é ele próprio quem assegura esta garantia, além de ser o responsável pela representação do recurso e da facilidade ou não de sua recuperação. (RODRIGUES E MOREIRA, 2012, p. 89).

Como já dito anteriormente, com o surgimento das mídias sociais, os usuários passaram a poder organizar e disseminar suas próprias produções utilizando a linguagem natural. Levando em conta essa peculiaridade, Caldas e Moreira (2009, p. 4) afirmam que “[...] por tratar-se de uma ferramenta que utiliza linguagem natural, alimentada diretamente pelos usuários, a folksonomia não se preocupa com aspectos computacionais ou da ciência da informação.”.

Para Santos (2013, p. 93) “As mídias digitais passaram a permitir que o usuário reinterprete, parodie e comente categorias de enunciados, como videocliques, novelas, filmes, da mesma forma que permite a esses usuários compartilhar conteúdos de autoria própria.”. Caldas e Moreira (2009, p. 5) afirmar que

Se antigamente o profissional da informação era quem se colocava entre o produtor da informação e aqueles que dela se utilizariam, agora os papéis desses atores se fundem no usuário: é o proprietário da informação quem passa a dirigir e sugerir a indexação de seus documentos.

Com o grande número de usuários desfrutando destas mídias sociais para divulgar, armazenar e organizar seus documentos surgiu o termo “indexação social”, que se refere aos termos criados pelo próprio usuário para que seus documentos possam ser recuperados por ele ou por outros usuários da rede. Estes termos definidos pelos usuários são chamados de etiquetas, ou, em inglês, *tags*. Segundo Caldas e Moreira (2009, p. 4) “Os usuários informam o conteúdo de suas etiquetas (tags) de acordo com sua própria orientação. Elas norteiam a classificação de seus documentos e é através delas que os mesmos são recuperados.”

Por permitir que o usuário defina seus próprios termos de busca, a folksonomia traz uma série de vantagens para o usuário. Para Caldas e Moreira (2009, p. 7), entre essas facilidades, está a possibilidade de recuperar documentos, ou parte deles, por autoria, data, ou qualquer outro metadado e, ainda, a busca por termos presentes nas tags.

Ainda segundo os autores, um ponto que deve ser bastante questionado é o fato de que

[...] o usuário está mais preocupado em estar bem inserido em um grupo de usuários e ali ser aceito do que necessariamente fazer com que a recuperação de seus documentos, ou de documentos, alheios seja facilitada ou coerente.” (CALDAS E MOREIRA, 2009, p. 4).

Além das próprias *tags* como forma de recuperar o documento, muitas mídias sociais contam com a “Nuvem de *tags*” como maneira alternativa de se encontrar documentos. Caldas e Moreira (2009, p. 7) definem a nuvem de tags como “[...] conjunto de etiquetas exibidas em tamanhos diferentes, sendo que o destaque no tamanho de exibição é obtido por critérios específicos do sistema”. O critério mais utilizado para estabelecer o destaque de determinadas etiquetas é a procura por determinado termo, ou seja, aquele que é procurado com mais frequência terá destaque maior na nuvem de *tags*. Por esse motivo, as nuvens de tags são dinâmicas e representam um meio de navegação entre um conjunto de documentos (CALDAS e MOREIRA, 2009, p. 7)

Segundo os mesmos autores,

Também através desse recurso o usuário obtém facilidades para visualizar quais as etiquetas são mais usadas em uma comunidade. Isso funciona como uma orientação para futuras postagens de documentos. O problema desse tipo de orientação é que o usuário passa a marcar suas fotos tendo como primeiro princípio o uso das etiquetas que sobressaem, e não necessariamente pelo grau de relação entre o termo indicado e o documento postado. (CALDAS E MOREIRA, 2009, p. 8)

Como podemos observar, da mesma forma que a “nuvem de *tags*” vem como um facilitador para a recuperação de documentos, ela se torna, em alguns casos, algo que pode dificultar, pois muitos usuários utilizam os termos mais pesquisados no intuito de popularizar determinado documento sem se preocupar com a relação entre o termo e o documento.

2.3.1.1 TIPOS DE FOLKSONOMIA

Brandt (2009, p. 44) afirma que Wal definiu dois tipos diferentes de folksonomia, são eles: *broad folksonomy* e *narrow folksonomy*. De maneira geral, os termos *broad* e *narrow* são traduzidos como geral e específico respectivamente. Porém, esses termos já são utilizados na área de linguagens documentárias e se referem aos termos (termo geral e termo específico). No caso das folksonomias, esses adjetivos se referem ao tipo de ambiente no qual ela está inserida e o processo pelo qual foi produzida, e não aos termos ou às etiquetas (BRANDT, 2009, p. 44). Além disso

Não foi estabelecido um consenso entre os autores de língua portuguesa que tratam do tema, encontrando-se as traduções aberta/fechada, ampla/estreita e larga/estreita. Por esse motivo, optou-se pela tradução dos termos para folksonomia aberta, no caso de *broad*, e restrita no caso de *narrow*, pois acredita-se que descrevem melhor o conceito pretendido: as *broad folksonomies* são abertas a qualquer usuário e as *narrow folksonomies*, restritas ao usuário que detém o objeto ou, no máximo, a outros usuários permitidos pelo detentor.

Na folksonomia aberta, vários usuários podem colocar etiquetas no mesmo objeto, e cada um pode colocar sua própria etiqueta utilizando seu próprio vocabulário. Essa característica da folksonomia aberta permite que um único objeto possa receber etiquetas de milhares de usuários diferentes (BRANDT, 2009, p. 44).

Existem duas características presentes no modelo de folksonomia aberta sugerido por Wal: a lei da potência e cauda longa (*power law* e *long tail*). Segundo Brandt (2009, p. 44), a lei da potência significa que muitas etiquetas se repetem, pois existe a possibilidade de muitos usuários utilizarem os mesmos termos para descrever um mesmo objeto. Em paralelo a isso, existem muitas etiquetas que são usadas poucas vezes, formando a chamada calda longa, que é “[...] onde se encontra uma pequena minoria de pessoas que denominam o objeto por um termo” (WAL, 2005 apud Brandt, 2009, p. 45).

Para Brandt (2009, p. 45), essas duas características são muito importantes, pois

[...] a primeira permite a identificação de tendências, ou seja, destaca as etiquetas mais populares, e a segunda, permite que o objeto seja recuperado por outros usuários que utilizem o mesmo vocabulário das minorias que o classificam com etiquetas menos populares.

Para definir a importância das folksonomias abertas, Brandt (2009, p. 45) cita Quintarelli (2005) que afirma que a real qualidade das folksonomias abertas “[...] está na riqueza das massas, nas pessoas expondo sua forma de definir e descrever coisas, o que leva à lei da potência, e à calda longa. Esses feitos estão ausentes em personomias, isto é, etiquetagem individual para o próprio conteúdo.” (QUINTARELLI, 2005 apud BRANDT, 2009, p. 45).

Com relação às folksonomias restritas, um grupo de usuários bem mais reduzido, ou, às vezes, até mesmo um único usuário, coloca etiqueta em um objeto. Segundo Brandt (2009)

O usuário que postou a foto pode permitir que algumas pessoas também adicionem etiquetas a suas fotos, ou não permitir que ninguém adicione, e, neste caso, somente ele coloca as etiquetas [...]. Dessa forma, os objetos receberão uma quantidade bem menor de etiquetas [...]. (BRANDT, 2009, p. 45).

Brandt (2009, p. 46) afirma que as folksonomias restritas não possuem as propriedades da lei de potência e da calda longa, porém, elas ainda são úteis para alguns objetivos, como, por exemplo, na descrição de objetos visuais (fotos ou vídeos), em que as etiquetas funcionam de modo a permitir a recuperação de objetos informacionais por meio de um motor de busca. Brandt apresenta o ponto de vista de Wal (2005), que conclui que

[...] nas folksonomias abertas, ocorre o benefício social e vocabulários interdisciplinares e interculturais podem ser descobertos, enquanto nas restritas a vantagem é fornecer etiquetas ao objeto, facilitando sua recuperação.” (WAL, 2005 apud BRANDT 2009, p. 46).

A autora ainda identifica um novo tipo de folksonomia, a pessoal, que é a que acontece, por exemplo, no Gmail, quando o usuário coloca em seus e-mails, etiquetas para organizá-los para seu uso pessoal (BRANDT, 2009, p. 46).

Segundo Brandt (2009, p. 46) Wal acredita que “[...] as pessoas tendem a aprender novas habilidades se perceberem seu grande valor e que as etiquetas serão o passo para a próxima geração de gerenciamento de informação pessoal” (WAL, 2005 apud BRANDT, 2009, p. 46).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia escolhida para a realização deste projeto foi o estudo de caso, pois se trata de uma pesquisa que explora com ênfase apenas um assunto, que no caso é a indexação de imagens em uma mídia social. O estudo de caso

é uma abordagem metodológica de investigação especialmente adequada quando procuramos compreender, explorar ou descrever acontecimentos e contextos complexos, nos quais estão simultaneamente envolvidos diversos factores. (ARAÚJO, 2008, p. 4)

O estudo de caso é dividido em quatro etapas que serão especificadas no tópico abaixo.

O motivo da escolha do *Instagram* como cenário de estudo se deve ao fato de que muito pouco se estudou sobre o comportamento do usuário dessa rede social como, por exemplo, quais critérios utiliza para a escolha dos termos que ele atribuirá para as imagens que indexa; se este usuário utiliza alguma estratégia de indexação de imagens; se existe uma diferença significativa conforme o nível de experiência do usuário do *Instagram*. Este trabalho contemplará apenas fotos, pois, outros tipos de documentos como, por exemplo, vídeos, necessitam de um maior período de tempo para serem avaliados enquanto fotos exigem um tempo menor para a análise.

Os termos utilizados para a indexação das imagens selecionadas serão divididos nas categorias definidas por Cañada (2008) que classificou os tipos de etiquetas em quatro tipos, são eles: etiqueta egoísta, etiqueta amigável, etiqueta altruísta e etiqueta popular. (CAÑADA, 2008 apud CALDAS e MOREIRA, 2009).

Segundo Caldas e Moreira (2009), a etiqueta egoísta é aquela voltada para o usuário que definiu os termos utilizados para a indexação de determinada imagem, ou seja, conteúdo dessas etiquetas possui significado pessoal, sem necessariamente ter um sentido fora de seu contexto individual; a etiquetagem amigável é aquela reservada a um grupo de usuários restrito, no qual se usam termos consensuais e geralmente desconhecidos para quem está fora desse grupo; etiqueta altruísta é uma etiquetagem com o propósito de compartilhamento com o público em geral, geralmente, esta etiquetagem leva em consideração a descrição real do que está presente no documento, para que aqueles que procurem determinado tema possam ter acesso a um conteúdo coerente com a pesquisa

realizada; a etiquetagem popular é aquela que busca apenas aumentar o número de acessos àquele documento, ou seja, qualquer termo que possa trazer popularidade ao documento poderá ser usado, mesmo que não exista coerência entre a busca e o documento.

Quanto à amostra que foi utilizada nesta pesquisa, foram escolhidos 10 (dez) acadêmicos do curso de graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal de Santa Catarina que possuem um perfil na rede social *Instagram* e, a partir disso, foram divididos em dois grupos: 5 (cinco) usuários experientes e 5 (cinco) usuários inexperientes. Para esta pesquisa, serão considerados usuários experientes aqueles que já cursaram a disciplina de Indexação, enquanto os inexperientes serão aqueles que ainda não a cursaram. Esse número de participantes foi definido principalmente pelo fato de que, para a realização do protocolo verbal, necessita-se de uma amostra pequena para que os protocolos sejam analisados.

Para atingir o objetivo três desta pesquisa, será usada a técnica do Protocolo Verbal Individual, que “[...] consiste em analisar todo processo de verbalização do participante enquanto realiza sua atividade, com o mínimo de interação com o pesquisador.” (FUJITA, 2009, p. 51). Para tanto, serão fornecidas as mesmas três imagens para cada um dos participantes, e cada um deles será avaliado individualmente. Os participantes terão que seguir um roteiro pré-estabelecido pela pesquisadora, que consiste em, basicamente, publicar estas imagens no *Instagram* utilizando etiquetas definidas por eles mesmos. Esta técnica foi escolhida, pois

ao realizar esse tipo de protocolo com o mínimo de interação com o pesquisador, o sujeito fica impossibilitado de obter maiores conhecimentos, pois não há troca de informações, o que poderia proporcionar uma melhor reflexão e auxílio sobre determinada questão. (FUJITA, 2009, p. 52)

A escolha pela opção de realizar esse protocolo individualmente, deve-se à possibilidade de se utilizar um gravador e, com isso, extrair o máximo de informações necessárias para a conclusão desta monografia.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PROCEDIMENTOS DA COLETA DE DADOS

A modalidade escolhida foi o estudo de caso, que consiste na exploração de um assunto específico. Segundo Gil (1995),

o estudo de caso não aceita um roteiro rígido para a sua delimitação, mas é possível definir quatro fases que mostram o seu delineamento: a) delimitação da unidade-caso; b) coleta de dados; c) seleção, análise e interpretação dos dados; d) elaboração do relatório.” (GIL, 1995 apud VENTURA, 2007, p. 384).

Ainda segundo a autora, na primeira fase do estudo de caso, o pesquisador deve “delimitar a unidade que constitui o caso, o que exige habilidades do pesquisador para perceber quais dados são suficientes para se chegar à compreensão do objeto como um todo.” (GIL, 1995 apud VENTURA, 2007, p. 385). No caso desta monografia, a unidade que constitui o caso trata-se de indexação feita pelos usuários do *Instagram*. Na segunda etapa, é feita a coleta dos dados

que geralmente é feita com vários procedimentos quantitativos e qualitativos: observação, análise de documentos, entrevista formal ou informal, história de vida, aplicação de questionário com perguntas fechadas, levantamentos de dados, análise de conteúdo etc. (GIL, 1995 apud VENTURA, 2007, p. 385)

Na terceira fase do estudo de caso, são feitas a análise e a interpretação dos dados, conforme exposto no item 4 (quatro) desta monografia. Por fim, na quarta fase, são feitos os relatórios parciais e finais da pesquisa, que, no caso desta monografia, produto é o documento final do trabalho de conclusão de curso (TCC).

Para a realização desta pesquisa, foram selecionados acadêmicos do curso de graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal de Santa Catarina. Os participantes foram, então, divididos em dois grupos: com conhecimento sobre indexação e sem conhecimento sobre indexação.

A coleta dos dados foi realizada em sessões individuais com a presença da pesquisadora. Para atingir os objetivos 1 (um) e 2 (dois) desta pesquisa, foram disponibilizados para os participantes as mesmas três imagens, a partir disso, em conversa informal, a pesquisadora indicou quais os procedimentos que deveriam ser realizados por eles. Cada participante deveria atribuir termos para cada uma das três imagens como se as estivessem indexando em seu respectivo perfil pessoal no *Instagram*. Para atingir o objetivo 3 (três) desta pesquisa, durante este processo, o participante informou em voz alta todo o processo mental para a atribuição de cada termo, que foi gravado pela pesquisadora.

O critério utilizado para a seleção das imagens foi a maior proximidade com a realidade do *Instagram*, ou seja, não foram escolhidas imagens feitas por fotógrafos profissionais ou que retratem algo que não condiz com o dia-a-dia dos participantes.

Nesta etapa, espera-se que os participantes sem conhecimento de indexação, tenham atribuído termos que se encaixem na categoria de etiquetagem popular, já que, teoricamente, estes usuários não têm a perspectiva da importância de se atribuir termos que condizem com a descrição real da imagem. Com relação aos participantes com conhecimento de indexação, espera-se que estes atribuam termos que se encaixem na categoria de etiquetagem altruísta, pois estes usuários devem ter uma preocupação maior com termos que condizem com a descrição real da imagem.

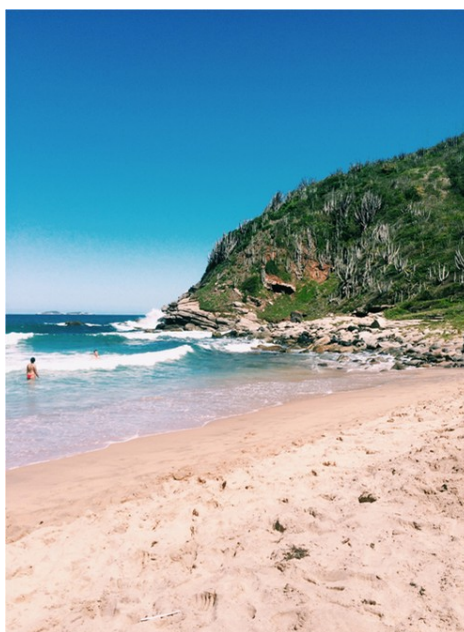
Após a realização desta atividade, as gravações foram transcritas na íntegra e posteriormente, analisadas. Os termos atribuídos pelos participantes às imagens foram categorizados utilizando as categorias definidas por Canãda (2008), que já foram definidas anteriormente. Após serem colocados nestas categorias, os termos foram analisados para observar se existem diferenças ou similaridades entre as etiquetagens realizadas por participantes com diferentes níveis de conhecimento sobre indexação. Outro ponto avaliado nesta pesquisa foi identificar quais as motivações que levaram o participante a usar determinados termos para cada imagem, para isso, foi levada em consideração a transcrição do áudio dos participantes e, também, os gestos e reações que os participantes demonstraram durante a coleta dos dados.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Conforme descrito na metodologia, foram reunidos 10 participantes com diferentes níveis de conhecimento em indexação. Para que a proposta da pesquisa fosse captada da melhor forma possível, como critério de escolha dos participantes, estes deveriam ter uma conta no *Instagram* e, de preferência, já ter feito uso de *hashtags* anteriormente.

A coleta dos dados foi individual e sem nenhum tipo de intervenção da pesquisadora durante a fala do participante. Durante a análise dos dados, os participantes sem conhecimento de indexação serão identificados como SC1, SC2, SC3, SC4 e SC5. Já os que possuem conhecimento, serão identificados como CC1, CC2, CC3, CC4 e CC5. Para essa análise, além de levar em consideração o que foi falado pelos participantes, os gestos e reações durante o processo também foram levados em consideração para um melhor entendimento suas motivações.

Figura 1 - Praia²



Quadro 1 - Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 1

PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS	PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS

² Fonte: We Heart It. Disponível

em:<http://weheartit.com/entry/173380192/search?context_type=search&context_user=jujuamiga&page=2&q=praia>

CC1	Domingo de sol	SC1	Paradisiaco
CC2	Calor, verão e domingo	SC2	Bem estar, contato com a natureza e praia
CC3	Praia, verão e férias	SC3	Tranquilidade e inverno
CC4	Praia, verão e férias	SC4	Praia, domingo de sol e fim de semana
CC5	De boa na praia	SC5	Praia, verão e camarão

Fonte: próprio autor

Como se pode observar, os participantes CC atribuíram termos que condizem com a imagem, porém, alguns deles, além de atribuir termos que estejam diretamente ligados à imagem, usaram termos que condizem com um conhecimento geral, por exemplo, sabe-se que é comum se ir à praia aos domingos e/ou durante o verão, deste modo pode-se perceber que os participantes utilizaram esse conhecimento para atribuir os termos.

Ao contrário dos participantes CC, apesar de alguns participantes SC utilizarem o termo “praia” como forma de indexar a imagem, todos os participantes deste grupo fizeram o uso de pelo menos um termo que transmite as emoções que estes sentiram ao observar a imagem e gostariam de passar para quem tiver acesso à esta imagem. Apesar das emoções prevalecerem no momento da atribuição dos termos nesse caso, alguns participantes também utilizaram o conhecimento geral para atribuir termos como “verão”. Em um dos casos, um dos participantes fez uso do termo “camarão”, o que é popularmente utilizado nas mídias sociais para se referir a alguém que se bronzeou de forma exagerada, através do protocolo verbal, entende-se que este usuário teve como motivação, também, a popularização da imagem.

Com isso, pode-se afirmar que a parte emocional influenciou de forma significativa o grupo dos usuários SC, enquanto os usuários CC, assim como previsto anteriormente, levaram em consideração o que eles estavam observando na imagem para atribuir termos que condizem com aquilo que está presente na imagem. Neste caso, pode-se observar que, apesar de existirem algumas semelhanças entre os dois grupos de participantes, existe uma diferença significativa o modo de pensar durante a atribuição dos termos.

Figura 2 - Sanduíche³

Quadro 2 – Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 2

PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS	PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS
CC1	Comida sem glúten, zapzap sem glúten e viva sem glúten	SC1	Delícia
CC2	Grill Burguer	SC2	Publicidade
CC3	Comida e gordice	SC3	Não respeita a dieta
CC4	Gordice	SC4	Acabou dieta
CC5	Expectativa e realidade	SC5	Instafood, cara da riqueza e lanchinho

Fonte: próprio autor.

Nesta segunda imagem, a maioria dos participantes não se preocupou em atribuir termos que condizem com o que está presente na imagem. Diferente do esperado, os participantes CC atribuíram termos que são mais usuais nas mídias sociais. Apenas o participante CC3, que além de utilizar um termo que se caracteriza como etiqueta popular, este também utilizou o termo “comida” para indexar, respeitando, desta forma, o que está presente na imagem. O diferencial neste caso é o participante CC1 e CC2 que atribuíram termos que são utilizados por grupos específicos de pessoas. A diferença entre estes dois participantes é que, analisando

³ Fonte: We Heart It. Disponível em:

<http://weheartit.com/entry/171570937/search?context_type=search&context_user=WDW15&page=26&query=comida>

a transcrição do participante CC1, percebe-se que este usuário estava realmente preocupado com a possibilidade de um grupo de pessoas bem específico recuperar a imagem, enquanto o participante CC2 não demonstrou em sua fala o interesse em possibilitar esse tipo de recuperação.

Assim como os participantes CC, os participantes SC atribuíram termos que são usuais nas mídias sociais e não termos que condizem com o que está presente na imagem a ser indexada. Neste caso, não houve nenhuma exceção, todos os termos atribuídos por esse grupo se caracterizam como etiquetas populares.

Pode-se afirmar que neste caso, os dois grupos possuíram um modo de pensar muito similar, ambos os grupos atribuíram a maior quantidade de termos que se caracterizam como etiquetas populares. Exceto o participante CC1 que, assim como já foi explicitado, teve a preocupação em atribuir termos com o intuito de possibilitar a recuperação desta imagem por um grupo bem específico de pessoas e o participante CC3, que foi o único que atribuiu um termo que condiz com o que está presente na imagem.

Figura 3 – Paisagem vista através da janela de um avião⁴



⁴ Fonte: We Heart It. Disponível

em:<http://weheartit.com/entry/156851995/search?context_type=search&context_user=brupmaga&page=10&query=viagem>)

Quadro 3 - Relação de termos atribuídos pelos participantes CC e SC para a figura 3

PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS	PARTICIPANTE	TERMOS RELACIONADOS
CC1	Férias, praia, descanso e delete tudo	SC1	Liberdade
CC2	Férias, viagem e Porto de Galinhas	SC2	Felicidade
CC3	Sonho e viagem	SC3	Mar de algodão
CC4	Férias, viagem, mar, avião, plane e amigos	SC4	Indo para São Paulo e Viagem
CC5	Voando	SC5	Primeira classe, viagem e partiu

Fonte: próprio autor

Mais uma vez, percebe-se que não houve a preocupação, da parte dos dois grupos, em atribuir termos que condizem com o que está presente na imagem. Pode-se observar que, nesse caso, os participantes CC não usaram termos usuais nas mídias sociais, mas, assim como na primeira imagem, os participantes deste grupo atribuíram termos que condizem com um conhecimento geral que se tem quando vemos um avião ou, como no caso da imagem acima, uma paisagem vista de uma janela de avião. Além de utilizar o conhecimento geral, alguns participantes utilizaram, também, as emoções e as lembranças que eles possuem para atribuírem os termos, como no caso do termo “delete tudo”, “sonho” e “Porto de Galinhas”. Assim como na terceira imagem, apenas um dos participantes atribui, além de termos que condizem com um conhecimento geral, termos que condizem com o que está presente na imagem. Neste caso foi o participante CC4, que atribuiu os termos “avião” e “mar”.

Assim como no caso da primeira imagem indexada pelos participantes SC, nesta imagem estes participantes tiveram como critério, utilizar termos que transmitissem os sentimentos que estes têm ao fazer uma viagem ao invés de atribuírem termos que transmitam o que se vê na imagem. Porém, pode-se observar que o participante SC4 utilizou o termo “Indo para São Paulo” para indexar essa imagem, que se caracteriza como etiqueta altruísta, porém, assim como no caso do participante CC2 na segunda imagem, a atribuição deste termo não foi com a

intenção de possibilitar a recuperação de um grupo de pessoas específico, e sim, uma lembrança que ocorreu durante o processo de atribuição dos termos.

Neste caso, assim como na segunda imagem, os dois grupos utilizaram pensamentos bem similares ao atribuírem termos às imagens, ambos os grupos escolheram utilizar termos que transmitissem os sentimentos deles e não termos condizentes com a imagem em si. A diferença entre estes dois grupos é pequena, mas se dá ao fato de que um dos participantes atribuiu termos que condizem com o que se vê na imagem, como era esperado.

Nas tabelas 1 e 2 são categorizados os termos atribuídos pelos participantes de acordo com a explicação de cada um para essa atribuição, e, nos casos em que não houve uma explicação, os termos são classificados conforme a definição de cada uma das categorias. Os termos são somados, e, a partir da somatória, foi analisado se o resultado da pesquisa condiz com o esperado. Em casos de repetição e uso de termos equivalentes, o termo foi contado apenas uma vez.

Tabela 1 – Termos atribuídos por participantes CC por categoria

Categoria	Termos	Somatória de termos por categoria
Etiqueta egoísta	Calor; verão; domingo; praia; férias; descanso; viagem; sonho; voando; amigos.	10
Etiqueta amigável	Comida sem glúten; “zapzap” sem glúten; viva sem glúten; Grill Burger, Porto de Galinhas.	5
Etiqueta altruísta	Praia; comida; mar; avião.	4
Etiqueta popular	De boa na praia; “gordice”; expectativa e realidade; delete tudo.	4

Fonte: próprio autor

Com base na tabela de categorização dos termos atribuídos pelos participantes CC, pode-se observar que, apesar de alguns termos se encaixarem na categoria de etiqueta popular, a qual se caracteriza pela preocupação em ter o maior número de acessos sem ter a preocupação em expor aquilo que está presente na imagem, e, também, na categoria de etiqueta egoísta, ainda existe uma quantidade considerável de termos que se encaixam na categoria “etiqueta altruísta”, a que se caracteriza pela preocupação com a recuperação dessa imagem através de termos que condizem com o que está presente na imagem.

Alguns participantes, ainda, atribuíram termos que se encaixam na categoria de etiqueta amigável, ou seja, estes não se preocuparam com a popularidade da imagem, mas se preocuparam com a necessidade de um grupo específico de pessoas ter acesso a essa imagem.

Tabela 2 - Termos atribuídos por participantes SC por categoria

Categoria	Termos	Somatória de termos por categoria
Etiqueta egoísta	Paradisiaco; contato com a natureza; tranquilidade; inverno; domingo de sol; fim de semana; verão; delícia; publicidade; liberdade; felicidade; viagem.	12
Etiqueta amigável	Indo para São Paulo	1
Etiqueta altruísta	Praia	1
Etiqueta popular	Bem estar; não respeita a dieta; acabou dieta; “instafood”; cara da riqueza; mar de algodão; primeira classe; partiu; lanchinho; camarão.	10

Fonte: próprio autor

Com relação aos termos atribuídos pelo grupo de participantes SC, pode-se observar que a maioria dos termos atribuídos por esse grupo se encaixam na categoria de popularização das imagens e na categoria de termos que não necessariamente possuem relação com a imagem, mas são termos que possibilitam a recuperação feita pelo próprio usuário, sem a preocupação de popularizar a imagem. Durante a análise, foi avaliado apenas um termo que condiz com o que está sendo mostrado na imagem, se encaixando, assim, na categoria de etiqueta altruísta.

No caso do termo “indo para São Paulo”, entende-se que este se encaixa na categoria de etiqueta amigável pelo fato de ser um termo que pode ser recuperado por um grupo de pessoas que estejam viajando para este mesmo lugar.

Como explicado na metodologia desta pesquisa, no início da atividade os participantes foram instruídos a imaginar que as fotografias fornecidas a eles para que fossem atribuídos termos a elas, teriam sido tiradas por eles mesmos e deveriam ser divulgadas em seus respectivos perfis na mídia social *Instagram*, por esse motivo, observa-se que em ambos os grupos, houve um maior número de termos que se encaixam na categoria de etiqueta egoísta, ou seja, os grupos

levaram em consideração o significado pessoal da imagem, não se preocupando com algum sentido fora de seu contexto individual.

Tabela 3 - Número de termos atribuídos por participantes CC e SC por categoria

Categoria	Número de termos atribuídos por participantes CC	Número de termos atribuídos por participantes SC
Etiqueta egoísta	10	12
Etiqueta amigável	5	1
Etiqueta altruísta	4	1
Etiqueta popular	4	10

Fontes: próprio autor

Nota-se na tabela 3 que a maior parte dos termos atribuídos por ambos os grupos se caracteriza como etiqueta egoísta, pois a maioria dos participantes teve um interesse maior em atribuir termos que possuem significado apenas para eles próprios, e não para outras pessoas. Ao observar a tabela, percebe-se que apesar dessa semelhança quanto aos termos categorizados como etiqueta egoísta, existe uma diferença marcante quanto às demais categorias.

O grupo de participantes CC obteve um número de termos nas categorias de etiqueta amigável, altruísta e popular, muito aproximado, diferentemente do grupo de participantes SC que, assim como o esperado, obtiveram muitos termos na categoria de etiqueta popular, enquanto obtiveram um número muito baixo de termos nas categorias de etiqueta amigável e altruísta.

Para atingir o objetivo 3 (três) desta pesquisa, houve a necessidade de um olhar atento à motivação que levou os participantes a atribuir determinados termos a cada imagem. Por isso, analisando as transcrições das falas dos participantes do grupo CC, pode-se afirmar que alguns tiveram como principal motivação a possibilidade de outras pessoas poderem recuperar essas imagens, independente de ser um grupo seletivo de pessoas ou as pessoas em geral. Algumas falas apontam, também, o interesse de alguns participantes deste grupo em utilizar um termo genérico para indexar a imagem no intuito de que mais pessoas poderão ter acesso a essa imagem, fazendo, desta forma, que esta imagem se torne popular dentro da mídia social. No caso do participante CC2, este atribuiu o termo “Grill Burger” e “Porto de Galinhas” porque são memórias que surgiram quando este participante observou as imagens e não no intuito destas imagens serem recuperadas por um grupo específico de pessoas, porém, estes termos se caracterizam como etiqueta

amigável, pois, são termos buscados por pessoas que frequentaram ou pretendem frequentar estes lugares.

Quanto ao grupo dos participantes SC, o que pode-se observar através da fala de cada um dos participantes é que a principal motivação, é, como o esperado, a recuperação destas imagens por um maior número de pessoas. Essa motivação muitas vezes estava implícita na fala do participante, porém, percebe-se que existe sim o interesse de popularizar suas fotos dentro desta mídia social.

Pode-se perceber a preocupação por parte do participante SC2, em entender o tipo de público que utilizam a mídia social *Instagram* antes de atribuir os termos para a segunda imagem. Como já foi dito anteriormente, um ponto importante que pode ser observado durante a análise deste grupo de participantes foi a utilização das emoções como critério para atribuição dos termos para cada uma das imagens.

No caso do participante SC5, este afirma durante a pesquisa, que ele não se preocupa muito com a questão da divulgação de suas fotos, porém, pode-se observar que mesmo sem ter esse interesse explicitado, ao atribuir os termos, este participante utilizou uma grande quantidade de termos que são populares dentro da mídia social *Instagram*.

Durante a análise foi possível entender que a maior motivação de ambos os grupos é a necessidade de atribuir termos que possam ser recuperados por eles próprios, porém, o grupo de participantes CC possui também o interesse em atribuir termos que condizem com a imagem e que possam ser recuperados por grupos seletos de pessoas. O grupo de participantes SC possui um interesse muito maior em popularizar as imagens que eles indexam em suas mídias sociais. Apenas um participante atribuiu um termo que condiz com o que está sendo mostrado na imagem e outro atribuiu um termo que se categoriza como etiqueta amigável, porém, ao analisar a transcrição da fala deste segundo participante, apesar do termo utilizado se encaixar na categoria de etiqueta amigável, pode-se observar que a motivação na realidade não foi a preocupação em um grupo específico de pessoas poder recuperar essa imagem, e sim, a relação da foto com algo que este participante fez no passado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta pesquisa foi comparar as estratégias de etiquetagem de usuários que possuem conhecimento de indexação e aqueles que não possuem conhecimento, como foi apontado na metodologia desta pesquisa, existia um pressuposto de que os participantes que possuem o conhecimento de indexação fossem unir a teoria à prática e ter maior preocupação com a organização e a recuperação das imagens na mídia social *Instagram*, enquanto os participantes sem esse conhecimento se preocupariam mais com a popularização dessas imagens.

Com base nas transcrições dos participantes desta pesquisa, foi possível concluir que quando se está numa mídia social feita principalmente para a utilização de quaisquer pessoas, mesmo que haja um conhecimento sobre a necessidade e a importância de se organizar a informação dentro do ambiente WEB, para os alvos desta pesquisa, não existe uma preocupação em fazer essa organização. Esse fato pode ser considerado um produto do meio em que esse usuário está inserido, visto que mesmo que tenha conhecimento de indexação, se ele estiver indexando uma foto em uma mídia social em que não existe a preocupação com a organização da informação por parte dos demais usuários, como é o caso da mídia social *Instagram*, esse usuário dificilmente utiliza seu conhecimento teórico para atribuir termos a uma imagem. Percebe-se que há um entendimento de que, ainda que exista a necessidade de se organizar a informação, isso não se aplica a uma mídia social onde a maioria dos usuários não possui esse conhecimento.

Com relação ao objetivo 1 (um) e 3 (três) desta pesquisa, pode-se concluir que os dois grupos apresentaram algumas similaridades durante o processo de atribuição de termos, como o fato de que, conforme observado nas tabelas 1 (um) e 2 (dois), a maioria dos participantes de ambos os grupos se preocupou em atribuir termos que tinham um significado específico apenas para eles próprios e não para outras pessoas. Além disso, os participantes também levaram muito em conta as emoções que cada imagem transmitia a eles.

Apesar dessas similaridades, houve uma grande diferença quanto à quantidade de termos nas demais categorias. No grupo de participantes CC, o número de termos nas categorias de etiquetas amigável, altruísta e popular, foi muito equilibrado, o que significa que, apesar de utilizarem termos que se categorizam como etiqueta egoísta, ainda assim, esse grupo também teve como motivação a

preocupação em atribuir termos que possam ser recuperados por grupos específicos de pessoas, termos que condizem com o que está sendo mostrado na imagem e termos que podem popularizar a imagem indexada por eles. Logo, mesmo que não tenha atingido totalmente o esperado inicialmente nesta pesquisa, pode-se afirmar que mesmo que apenas subconscientemente, os participantes que tem conhecimento de indexação possuem algum tipo de preocupação com a organização e recuperação da informação e não apenas com a popularização da imagem.

Com relação ao grupo SC, não houve uma quantidade de termos tão equilibrada quanto o grupo CC. Os participantes deste grupo também atribuíram, em sua maioria, termos que se caracterizam como etiqueta egoísta, porém, como era esperado no início da pesquisa, tiveram como maior motivação a popularização de suas imagens. Com relação a esse segundo grupo, pode-se concluir que mesmo que uma vez ou outra o participante utilize um termo que se encaixe nas categorias de etiqueta amigável ao altruísta, não entende a importância de que existe, mesmo que em mídias sociais, a possibilidade de se organizar tudo que se disponibiliza na WEB.

Por fim, pode-se concluir com essa pesquisa que ainda que o usuário, aluno do curso de graduação em Biblioteconomia, possua conhecimento sobre indexação e que vez ou outra este usuário faça a atribuição de termos com base no que se vê na imagem, não necessariamente este usuário irá utilizar constantemente esse conhecimento em uma mídia social popular como o *Instagram*. Assim como dito anteriormente, esse usuário tem a percepção de que se trata de um ambiente em que a organização da informação não é a prioridade, desse modo, o que importa para grande parte dos usuários é compartilhar a emoção que este sentiu ao tirar a foto, compartilhando na mídia social *Instagram*, sem se preocupar com uma possível recuperação desta imagem.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Cidália et al. Estudo de Caso. Métodos de Investigação em Educação. Instituto de Educação e Psicologia, Universidade do Minho, 2008. Disponível em < http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf>. Acesso em: 10 de out. 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 12676 – Métodos para análise de documentos – determinação de seus assuntos e seleção de termos de indexação. Rio de Janeiro: ABNT, 1992.

BRANDT, Mariana Baptista. **Etiquetagem e Folksonomia: uma análise sob a ótica dos processos de organização e recuperação da informação na web**. 2009. 142 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciência da Informação, Departamento de Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2009. Disponível em: <<http://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/2777/2377>>. Acesso em: 23 out. 2014.

BRANSKI, Regina Meyer. **Recuperação de informações na Web**. Perspect. Cienc. Inf., Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p.70-87, jan./jun. 2004. Disponível em: <http://www.brapci.inf.br/_repositorio/2010/11/pdf_7b0e618ad3_0012984.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2014.

BRASCHER, Marisa; CAFÉ, Lígia. **Organização da Informação ou Organização do Conhecimento?** In: ENANCIB, Não use números Romanos ou letras, use somente números Arábicos., 2008, São Paulo. **Anais...** . São Paulo: Usp, 2008. p. 1 - 14. Disponível em: <[http://skat.ihmc.us/rid=1KR7TM7S9-S3HDKP-5STP/BRASCHER CAFÉ\(2008\)-1835.pdf](http://skat.ihmc.us/rid=1KR7TM7S9-S3HDKP-5STP/BRASCHER%20CAF%C3%A9(2008)-1835.pdf)>. Acesso em: 03 jun. 2015.

CALDAS, Wagner Ferreira; MOREIRA, Manoel Palhares. **Folksonomia e classificação de etiquetas: estudo de caso Flickr**. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 10., 2009, João Pessoa. **Anais...** João Pessoa: UFPB, 2009

CATARINO, Maria Elisabete; BAPTISTA, Ana Alice. **Folksonomia: um novo conceito para a organização dos recursos digitais na Web**. Datagramazero: Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p.1-18, jun. 2007. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000004483&dd1=bc28f>>. Acesso em: 05 nov. 2014.

CESARINO, Maria Augusta da Nóbrega. **Sistemas de Recuperação da Informação**. Revista da Escola de Biblioteconomia, Belo Horizonte, v. 14, p.157-168, nov. 1985. Disponível em: <<http://www.brapci.ufpr.br/documento.php?dd0=0000009051&dd1=74f4c>>. Acesso em: 03 jun. 2015.

FIGUEREIDO, Dayana Ester Andrade. **Recuperação da informação: uma análise sobre os sistemas de busca da web**. 2006. 64 f. Monografia (Especialização) -

Curso de Biblioteconomia, Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70270/Monografia_.pdf?sequence=5>. Acesso em: 28 out. 2014.

FUJITA, MSL., org., et al. A indexação de livros: a percepção de catalogadores e usuários de bibliotecas universitárias. **Um estudo de observação do contexto sociocognitivo com protocolos verbais** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 149 p. ISBN 978-85-7983-015-0. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/wcvbc/pdf/boccato-9788579830150-05.pdf>>.

FUJITA, M. S. L. . **Abordagem cognitiva e sócio-cognitiva da leitura documentária na formação inicial do indexador: análise da perspectiva individual em contexto sócio-cultural..** In: VII ENANCIB, 2006, Marília. Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação. Marília : FFC/UNESP-PUBLICAÇÕES, 2006. p. 1-12. Disponível em <<http://www.marilia.unesp.br/sistemas/enancib/viewpaper.php?id=281>>.

FUJITA, Mariângela Spotti Lopes. **O contexto profissional do indexador na ensino de indexação.** Encontros Biblio, Florianópolis, v. 1, n. 30, p.91-104, 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/10789/19532>>. Acesso em: 15 nov. 2014.

LANCASTER, F. W. Indexação e resumos: teoria e prática. 2a edição. Brasília, DF: Briquet de Lemos Livros, 2004. Disponível em <<https://bibliotextos.files.wordpress.com/2014/07/livro-indexac3a7c3a3o-e-resumos-teoria-e-prc3a1tica-lancaster.pdf>>. Acesso em 3 jun 2015.

PONTES, Vanildo Pereira. **O contexto informacional do blog para a disseminação da informação: uma análise teórico.** Biblios, Ceará, v. 101, n. 52, p.27-34, set. 2013. Disponível em: <biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/article/download/101/173>. Acesso em: 26 jun. 2014.

RODRIGUES, André Augusto; MOREIRA, Manoel Palhares. **Folksonomia: análise da etiquetagem de imagens no Flickr.** Informe: Estudos em Biblioteconomia e Gestão da Informação, Recife, v. 1, n. 1, p. 87-101, 2012.

SANTOS, Hercules Pimenta. **Etiquetagem e folksonomia: o usuário e sua motivação para organizar e compartilhar informação na Web 2.0.** Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte , v. 18,n. 2, jun. 2013 . Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362013000200007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 set.. 2014.

SARACEVIC, T. **Ciência da Informação: origem, evolução e relações.** Perspec. Ci. Inf., Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, jan./jun. 1996. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/235/22>> .

VIERA, Angel Freddy Godoy; GARRIDO, Isadora dos Santos. **Folksonomia como uma estratégia para Recuperação Colaborativa da Informação.** Datagramazero:

Revista de Ciência da Informação, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, abr. 2011. Disponível em: <http://www.dgz.org.br/abr11/Art_02.htm>. Acesso em: 5 out. 2014.

ANEXOS

ANEXO A – TRANSCRIÇÃO DOS ÁUDIOS DO PROCESSO MENTAL DOS PARTICIPANTES CC

CC1

Hashtag domingo de sol, porque vai encontrar um grupo de família, de parentes que estão em outro lugar. Hashtag comida sem glúten, hashtag zapzap sem glúten, hastags viva sem glúten, são grupos que eu acompanho no facebook e em outros lugares. Hashtag férias, hashtag praia, hashtag descanso, hashtag delete tudo.

CC2

Um de cada vez? Ta. É, calor, né?! Porque é dia de praia, verão, porque não tem como pensar numa praia e não pensar em verão e domingo porque é um dia ótimo para ir para praia, seria isso nessa primeira foto. Não consigo pensar em nada para essa segunda foto, espera aí. Parece aquelas comidas do Grill Burguer. Pode ser nome de lugar, essa coisas? Lembrei do Grill Burguer, o termo é Grill Burguer. Essa daqui dá para lembrar várias coisas, férias, viagem. Eu lembro disso aqui indo para Porto de Galinhas, seria isso.

CC3

Praia, né?! Enfim. Verão, e férias. Comida, gordice, comida, enfim. Sonho e viagem.

CC4

Praia, porque é uma praia, férias, porque a gente vai na praia nas férias, verão, deu. Ta, gordice, porque é uma comida bem gordurosa e gordice é bom, e só. Férias, viagem, mar, avião, plane, porque precisa ter em inglês também, né?! Senão não funciona. E amigos, porque férias a gente pode passar com os amigos e vai pra longe, porque não viaja de avião pra perto.

CC5

Digo primeira ou o título da imagem que é praia? Ta, a primeira eu colocaria de boa na praia, porque tem de boa na lagoa que ta super na moda então colocaria de

boa na praia já que não é uma lagoa. A foto dois, então a hashtag é expectativa e realidade, porque eu acho que ia ser interessante quando as pessoas pesquisassem por isso já que se usa bastante pra colocar a expectativa que tu tem quando tu vê um lanche bonitinho e a realidade quando o lanche chega todo desmanchado como esse. Ta, a terceira imagem eu colocaria bem simples, hashtag voando que daí qualquer pessoa que for... É pra recuperar mesmo fácil, não tem nada em específico, até porque eu esqueci onde é que eu bati essa foto que eu tava voando, que eu tirei várias fotos e esqueci.

ANEXO B – TRANSCRIÇÃO DOS ÁUDIOS DO PROCESSO MENTAL DOS PARTICIPANTES SC

SC1

Nessa primeira eu ia colocar paradisíaco, porque quando eu vejo eu acho que é o que melhor descreve ela e eu acho que as pessoas iam entender o que eu estaria sentindo na hora que tava lá. Essa daqui eu ia colocar delícia, porque é o que me parece quando eu tô olhando e parece que é bem gostoso, acho que isso ia acentuar mais ainda quando as pessoas olhassem a imagem. E essa eu ia colocar liberdade, porque acho que descreve bem ela e as pessoas iam sentir a mesma coisa quando vissem, eu imagino.

SC2

Eu associo principalmente a questão da natureza, com o bem-estar, né?! Então pra mim, as palavras-chave seriam: bem-estar, contato com a natureza, praia e também a questão visual, da fotografia como um elemento de registrar. Seria mais isso. Esse é um sanduíche e um prato lá atrás ou são dois sanduíches? São dois sanduíches. Esse aqui eu associaria mais como uma coisa de publicidade, uma venda, não é?! Então, divulgação de produto, mas, principalmente, como é público jovem que come mais sanduíche, coisa assim, e que utiliza muito mais as redes sociais, então seria uma boa forma de divulgar, fazer um marketing, fazer uma propaganda. Eu utilizaria mais como publicidade mesmo. Uma foto do interior de um avião, né?! E, é, eu sou louco por viagem então acho que, é, tipo, sei lá, tu pode fazer analogias com um monte de coisas de abrir asas pra imaginação, então já que a gente não tem poder de voar, então a gente tem que usar ferramentas que levem a gente lá pra cima, acho que felicidade.

SC3

Essa praia me lembra tranquilidade, me lembra o inverno, porque eu gosto de praia vazia, não gosto de gente. Então pra quem curte uma solidãozinha para pensar no amor, na vida, caminhando na beira da praia sozinha, essa é a praia ideal. Isso é um sanduíche, né?! Bom, o sanduíche é tudo aquilo que não se deve comer, ovo frito e batata frita. Então evitem, na dieta, excluam isso do cardápio. O que que eu boto?! Hashtag não respeita a dieta. Ah, coisa boa viajar, né?! Tudo de bom. Eu gosto de olhar no avião assim, sabe?! As nuvens, parece um mar de algodão. Hashtag mar de algodão.

SC4

Ta. Hashtag praia, porque é uma praia, hashtag domingo de sol, porque normalmente as pessoas vão pra praia num domingo e hashtag fim de semana, porque é o único dia que brasileiro tem de férias, de descanso. Do sanduíche, hashtag acabou dieta, porque parece bem gorduroso, parece que tem batata frita, não parece natural. Hashtag indo pra São Paula porque foi o único lugar que eu fui e hashtag viagem porque é um avião.

SC5

Na primeira eu acho que colocaria praia, só por se tratar de praia, não procuro muito divulgar as fotos, depois eu colocaria verão, porque é a estação do ano que a gente sempre vai à praia e, não sei, camarão, pelo sol e me queimar no sol. Na segunda, acho que seria instafood só pela piada, depois a cara da riqueza porque isso parece muito caro e lanchinho. Na terceira foto eu acho que colocaria primeira classe, só pela brincadeira também, viagem e partiu e aí o local do destino da viagem, talvez.